

Το e-commerce κλείνει 25 χρόνια – Οι προβλέψεις για την ερχόμενη πενταετία

Το ηλεκτρονικό εμπόριο «γεννήθηκε» τον Αύγουστο του 1994, δηλαδή πριν από 25 χρόνια. Το αντικείμενο της πρώτης γνωστής στα χρονικά ασφαλούς διαδικτυακής συναλλαγής ήταν το 4ο solo album του Sting, με τίτλο «Ten Summoner's Tales».

Σήμερα, ένα τέταρτο του αιώνα αργότερα, το [e-commerce](#) έχει ήδη αλλάξει τα πάντα: τις αγοραστικές συνήθειες, τα ταξίδια, το φαγητό, ακόμα και τον τρόπο λειτουργίας μιας επιχείρησης. Η καθημερινότητα των καταναλωτών έχει διευκολυνθεί αφάνταστα.

Ποιο είναι άραγε το μέλλον του ηλεκτρονικού εμπορίου τα επόμενα χρόνια;

1. Σημασία δεν έχουν μόνο τα ίδια τα αγαθά, αλλά και οι αξίες που εκπροσωπούν

Οι καταναλωτές θα δίνουν τη δέουσα προσοχή όχι μόνο στα ίδια τα προϊόντα που αγοράζουν, αλλά και στις αξίες και το όραμα των εταιρειών που τα αντιπροσωπεύουν. Εξίσου σημαντικό στοιχείο για τους πελάτες θα αποτελεί η δυνατότητα στήριξης της εθνικής οικονομίας και της κουλτούρας ή ακόμα και των τοπικών κοινοτήτων, με τις αγορές τους.

Σε παγκόσμιο επίπεδο, η Generation Z διακατέχεται από την επιθυμία να «κάνει το καλό» – το 76% της γενιάς αυτής δείχνει να ανησυχεί για το πως αντιμετωπίζει τα προβλήματα του πλανήτη μας η ανθρωπότητα, ενώ το 60% θέλει με την εργασία του να κάνει τη διαφορά και να ασκήσει επιρροή στον κόσμο. Η κοσμοθεωρία τους επηρεάζει, δίχως άλλο, και τις αγοραστικές προτιμήσεις τους.

2. Τεχνητή νοημοσύνη, μια πραγματική εμπειρία

Η τεχνητή νοημοσύνη κερδίζει σταθερά έδαφος στην καθημερινότητά μας. Σε συνδυασμό με την αυξανόμενη ποσότητα των επεξεργασμένων δεδομένων, οι αλγόριθμοι που χρησιμοποιούν το AI δημιουργούν μια σειρά από πρόσθετες ευκαιρίες και στον κλάδο του e-commerce.

Ήδη το 78% των εμπορικών σημάτων έχει εφαρμόσει λύσεις AI και VR ή σχεδιάζει να το πράξει έως το 2020 για να εξυπηρετήσει καλύτερα τους πελάτες. Ως αποτέλεσμα, ανάμεσα σε διάφορα άλλα οφέλη και στο πλαίσιο του 'personalization', οι καταναλωτές θα είναι σε θέση να βιώσουν εξατομικευμένες προτάσεις προϊόντων, προσαρμοσμένες στις ανάγκες και στα μέτρα τους, οι οποίες θα είναι μάλιστα ορατές στις σελίδες του e-shop ή σε ενημερωτικά. Με την πάροδο του χρόνου, η εικονική πραγματικότητα θα βοηθήσει τα ηλεκτρονικά καταστήματα να προσφέρουν τη δυνατότητα πραγματικής δοκιμής ενδυμάτων.

3. Κοινωνικό εμπόριο

Οι καταναλωτές που έχουν μεγαλώσει στην εποχή του e-commerce ή του m-commerce είναι λογικό να έχουν αυξημένες προσδοκίες – επιθυμία τους είναι να τους προσεγγίζουν οι ίδιες οι εταιρείες και να τους εξυπηρετούν όπου και να βρίσκονται. Εξάλλου, η σύγχρονη γενιά των καταναλωτών ξοδεύει πάνω από δύο ώρες καθημερινά στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Το social commerce (κοινωνικό εμπόριο) δεν αποτελείται μόνο από διαφημίσεις για πώληση ή αγορά μεταχειρισμένων προϊόντων, αλλά παρέχει ταυτόχρονα την ευκαιρία αγοράς καινούργιων αυθεντικών ειδών απευθείας από τους εμπλεκόμενους ιστότοπους.

Προτού προβούν σε οποιαδήποτε αγορά μέσω ηλεκτρονικών καταστημάτων, τέσσερις στους δέκα διαδικτυακούς χρήστες αναζητούν και ελέγχουν τα προϊόντα της αρεσκείας τους σε μια ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης. Με την ταχύτατη ανάπτυξη των ευκαιριών προώθησης προϊόντων στα social media, η περαιτέρω επέκταση των online καταστημάτων στον τομέα αυτόν είναι μόνο

θέμα χρόνου.

4. Το ηλεκτρονικό παράθυρο στον κόσμο για τις ΜμΕ

Το ηλεκτρονικό εμπόριο προσφέρει διαρκώς απίστευτες δυνατότητες ανάπτυξης για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Ωστόσο, εκείνες μοιάζουν να μην επωφελούνται ακόμα πλήρως – στην Ελλάδα, μόλις το 11% των μικρομεσαίων επιχειρήσεων εκμεταλλεύεται τα οφέλη των ευκαιριών που ενέχει η διαδικτυακή πώληση προϊόντων και υπηρεσιών.

Εν τω μεταξύ, όπως δείχνουν τα στοιχεία της [PayPal](#), οι διασυνοριακοί έμποροι σημειώνουν πολύ υψηλότερο ρυθμό ανάπτυξης (14,3%) σε σύγκριση με όσους δραστηριοποιούνται σε τοπικό μόνο επίπεδο (2%). Η δυναμική της αγοράς είναι τεράστια, ειδικά εάν ληφθεί υπόψη η δυνατότητα προσέγγισης πελατών από κάθε γωνιά του κόσμου – φέτος, η αξία του παγκόσμιου ηλεκτρονικού εμπορίου θα ανέλθει σε σχεδόν 2 τρισεκατομμύρια δολάρια.

5. Συνεχής επαγρύπνηση

Η ασφάλεια των δεδομένων αποτελεί πλέον «θεμέλιο λίθο» του ηλεκτρονικού εμπορίου – και η σημασία της για τα δύο μέρη των ηλεκτρονικών συναλλαγών θα εξακολουθεί να αυξάνεται με το πέρασμα των χρόνων.

Παράλληλα με την αυξανόμενη γνώση για το ιδιωτικό απόρρητο, οι νομοθετικές πράξεις και οι κανονισμοί, όπως το GDPR ή το PSD2, παρέχουν στους καταναλωτές τα απαραίτητα εργαλεία για την προστασία ευαίσθητων προσωπικών δεδομένων, τιμωρώντας αυστηρά τα ηλεκτρονικά καταστήματα, σε περίπτωση αμέλειας σε θέματα κυβερνοασφάλειας.

Εντούτοις, θα είναι εξίσου ζωτικής σημασίας η προσπάθεια για την διατήρηση μιας σωστής ισορροπίας ανάμεσα στα υψηλά πρότυπα ελέγχων και ασφαλείας και την χαρακτηριστική άνεση των ηλεκτρονικών αγορών.

Πριν από 25 χρόνια, κανείς δεν θα μπορούσε ούτε καν να

φανταστεί ότι τα e-shops θα ήταν ποτέ σε θέση να αντικαταστήσουν πλήρως τα παραδοσιακά καταστήματα. Ωστόσο, η τεχνητή νοημοσύνη, η εικονική πραγματικότητα και οι τεχνολογικές καινοτόμες εξελίξεις μας φέρνουν πιο κοντά στην κρίσιμη αυτή καμπή.

Βέβαια, η ανάπτυξη της αγοράς δεν θα επιβραδυνθεί – αντιθέτως, οι εταιρείες θα συνεχίσουν να ξεπερνούν η μία την άλλη, στην απόπειρά τους να βελτιώσουν τη διαδικασία και την εμπειρία της αγοράς, προκειμένου να αυξήσουν την ικανοποίηση των πελατών.